

**PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PEMASARAN  
PRODUK TABUNGAN IB HIJRAH HAJI BANK MUAMALAT  
INDONESIA CABANG KENDARI**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI  
2021**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI  
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Sultan Qaimuddin No. 17 Kelurahan Baruga, Kendari Sulawesi Tenggara  
Telp/Fax. (0401) 3193710/ 3193710  
email : iainkendari@yahoo.co.id website : http://iainkendari.ac.id

### **PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi dengan Judul "**PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN IB HIJRAH HAJI BANK MUAMALAT INDONESIA CAB KENDARI**" yang ditulis oleh **NOVITA NIM. 17050102019** Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari, telah diuji dan dipresentasikan dalam **Skripsi** yang diselenggarakan pada hari **Selasa tanggal 25 Mei 2021** dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar (**S.E.**).

**Dewan Penguji Skripsi**

Ketua : **Alfian Toar SP, MM,**

(.....)

Sekretaris : **Sodiman M.Ag**

(.....)

Anggota1 : **Dr. Husain Insawan M.Ag**

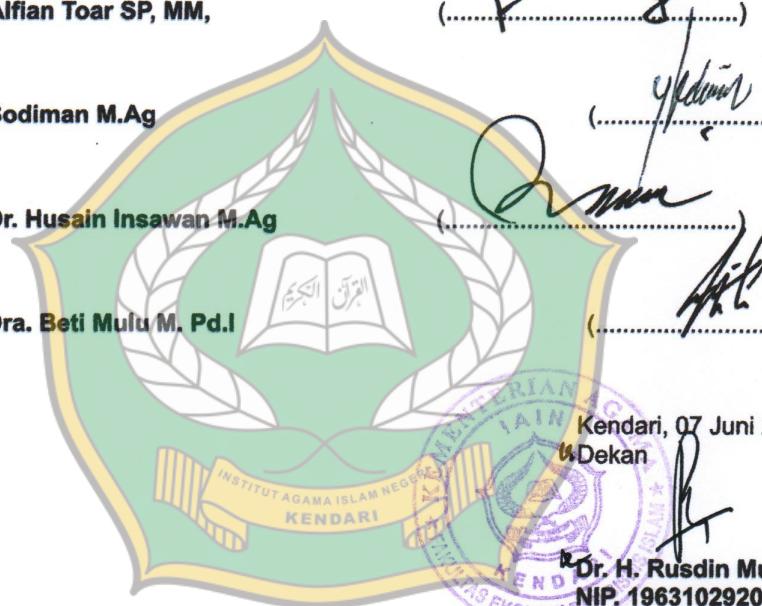
(.....)

Anggota2 : **Dra. Beti Mulu M. Pd.I**

(.....)

Kendari, 07 Juni 2021  
Dekan

**Dr. H. Rusdin Muhammadi M.EI**  
**NIP. 196310292000031001**



## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa segala informasi dalam skripsi yang berjudul "Penerapan Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan IB Hijrah Haji Bank Muamalat Cabang Kendari" di bawah bimbingan Alfian Toar SP,MM, dan Sodiman S.Ag., telah diperoleh dan disajikan sesuai dengan peraturan akademik dan kode etik IAIN Kendari. Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan di perguruan tinggi. Semua sumber rujukan yang digunakan dalam skripsi ini telah ~~disebutkan dalam~~ daftar pustaka. Dengan penuh kesadaran saya menyatakan ~~bahwa~~ skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Jika kemudian hari terbukti ~~bahwa~~ skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiasi, dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Kendari 14 Maret 2021

**Penulis**



**Novita**

Nim. 17050102019

## TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Institut Agama Islam Negeri Kendari, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Novita

NIM : 17050102019

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Kendari **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**“Penerapan Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan  
IB Hijrah Haji Bank Muamalat Indonesia Cab Kendari”**

Beserta perangkat yang ada (jika di perlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif ini Institut Agama Islam Negeri Kendari berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Kendari

Pada Tanggal : 30 juni 2021

Yang Menyatakan



Novita

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ

Syukur *Alhamdulillah* merupakan kata yang paling patut saya ucapkan karena atas limpahan rahmat karunia serta kasih dan sayang Allah *subhahuwataalah*. Sehingga penulisan skripsi yang berjudul **“Penerapan Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan IB Hijrah Haji Bank Muamalat Indoensia Cabang Kendari”** dapat dirampungkan sesuai dengan *deadline* yang ditargetkan. Salawat dan salam semoga selalu senantiasa mengalir ke pangkuhan baginda Rasulullah Muhammad *sallallahu alaihi wasallam* yang tanpa lelah telah memperjuangkan Islam sehingga berkat kerja keras dan perjuangan beliau kita bisa menikmati indahnya Islam hingga pada saat ini.

Penulisan Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari. Disadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan kedua orang tuaku tercinta ayah Firdaus dan Ibu Nuribah yang telah merawat, mendidik dan mendukungku baik dari segi materi maupun moril, yang tidak akan bisa terbayar dan terbalaskan oleh apapun yang rela bekerja keras tanpa mengenal lelah atau letih dan siang dan malam. Tak lupa pula saya ucapkan terima kasih kepada sepupu saya Musdalifah S.Pd dan Iskandar B S.Pd yang telah mendukungku dalam menyelesaikan skripsi ini. Mereka terus berusaha untuk kebahagiaan saya, untuk itu penulis mempersesembahkan sujud nan penuh bakti kepada insan nan berhati mulia ini semoga menjadi amal jariah untuk kedepannya, Amiin.....

Rasa syukur yang sedalam-dalamnya bagi penulis yang telah mampu menyelesaikan skripsi. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai pihak yang telah memberikan dukungan serta kontribusinya. Maka sepatutnyalah saya mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya terutama kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Faizah binti Awad, M.Pd sebagai Rektor IAIN Kendari.
2. Dr. H. Rusdin Muhalling, M.EI., sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Nurjannah, S.Kom, M.Si., sebagai Ketua Program Studi Perbankan Syariah.
4. Kedua dosen pembimbing penulis, yaitu Bapak Alfian Toar SP, MM, dan Bapak Sodiman, M.Ag, yang gigih mengarahkan dan memberikan dukungan kepada peneliti dalam menyelesaikan Skripsi ini.
5. Kepada dosen penguji, yaitu Bapak Dr. Husain Insawan M.Ag dan Ibu Dra. Beti Mulu M.Pd.I yang tanpa telah dan tanpa lelah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah melayani penulis dalam setiap urusan dengan sangat baik.
7. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam memberikan pelayanan terbaiknya dalam proses pengumpulan data terkhusus kepada keluarga besar PT. Bank Muamalat KC. Kendari.
8. Kepada seluruh nasabah tabungan ib hijrah haji yang telah bersedia memberikan kepada penulis dan bersikap terbuka serta kooperatif kepada

penulis dalam wawancara sehingga wawancara penulisan ini dapat berjalan dengan baik dan lancar tanpa sesuatu sebab kendala yang berarti.

9. Seluruh kerabat saya Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Khususnya Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2017 yaitu, Andi Nasrawati, Rosalina, Nur Hikmawati, Ilham Yahya, Mukhtar, Muhammad Wawan, Yusril, Siti Ayu Julaeha, Sri Lestari, Nurkhasana, Widya Astuti, Shimtia Khasnan Rasyid dan Rikko Erdian.

Penulis berharap semoga setiap bantuan dan bimbingan dari semua pihak yang telah disumbangkan dapat bernilai pahala di sisi Allah SWT. Ahirnya penulis memohon ampunan kepada Allah SWT atas segala kekhilafan baik yang di sengaja maupun yang tidak disengaja.



Kendari 14 Maret 2021

Novita  
NIM:17050102019

## ABSTRAK

**NOVITA, NIM : 17050102019,, “Penerapan Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan IB Hijrah Haji Bank Muamalat Indonesia Cabang Kendari”... Dibimbing oleh Alfian Toar SP. MM Sebagai Pembimbing I dan Sodiman, M.Ag, Sebagai Pembimbing II**

---

---

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan Bank Muamalat Indonesia Cabang Kendari dalam memasarkan produk tabungan IB Hijrah haji dan penerapan analisis SWOT dalam strategi pemasaran produk tabungan IB hijrah haji Bank Muamalat Indonesia Cabang Kendari. Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Kendari dengan metode penelitian kualitatif-deskriptif. Pengumpulan data dengan menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data menggunakan teknik editing data, reduksi data dan dekripsi data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian di dapat bahwa strategi pemasaran yang Bank Muamalat Indonesia Cabang Kendari adalah dengan menggunakan konsep Bauran Pemasaran (marketing mix) yaitu dengan 4P (Product, Price, Place, Promotion) dalam memasarkan produk Tabungan Haji. Promosi yang paling sering dilakukan Bank Muamalat Indonesia Cabang Kendari adalah dengan membagikan brosur serta memberikan penjelasan kepada nasabah maupun calon nasabah tentang produk Tabungan Haji. Hasil penelitian dengan menggunakan Matriks SWOT menunjukkan bahwa PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Kendari memiliki kekuatan yang terdiri dari: citra perusahaan yang baik, Produk tabungan IB Hijrah Haji lebih terjamin dan mempunyai fitur yang menarik, Strategi promosi yang menarik, dan bebas biaya administrasi. Kelemahan tabungan IB Hijrah Haji yaitu: kurangnya SDM pemasaran, kurangnya sosialisasi ke masyarakat, masih kurangnya jumlah ATM, dan kerjasama dengan chanelling hanya untuk produk tertentu. Peluang tabungan IB Hijrah Haji ini yaitu: Bank Muamalat merupakan bank syariah pertama di Indonesia, masyarakat yang mayoritas beragama Islam, lokasi yang strategis. Sedangkan ancaman tabungan IB Hijrah Haji ini yaitu: persaingan produk yang semakin ketat, semakin gencarnya promosi Bank syariah kompetitor, Antiran haji yang semakin panjang.

Kata kunci :*Strategi pemasaran, Tabungan IB Hijrah Haji, Bank Muamalat Indonesia dan Analisis SWOT*

## **ABSTRAK**

**NOVITA , NIM: 17050102019 „ "Aplication of SWOT Analysis in the Marketin Strategy of the Savings Product IB Hijrah Haji at the Kendari Branch of the Indonesia bank Muamalat" ... Supervised by Alfian Toar SP, MM., As Advisor I and Sodiman, M.Ag, As Advisor II**

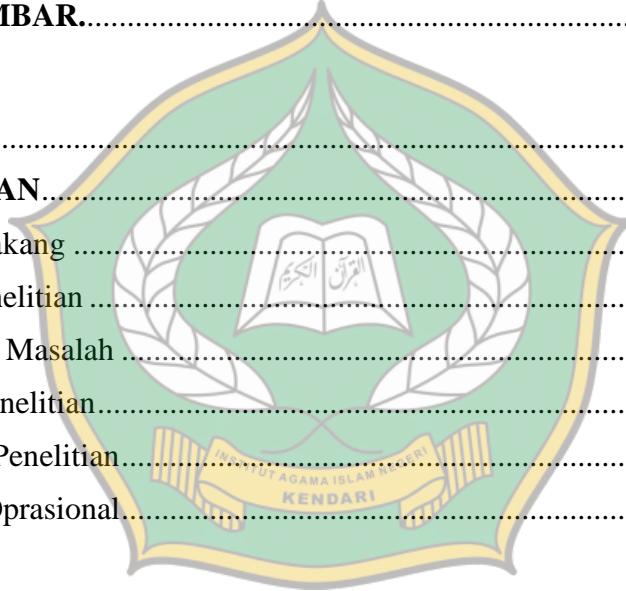
---

This study aims to determine the marketing strategy applied by Bank Muamalat Indonesia, Kendari Branch in marketing the IB Hijrah Hajj savings products, and the application of SWOT analysis in the marketing strategy of the IB Hijrah Haji saving products at Bank Muamalat indonesia, kendari branch. This research was conducted at PT. Bank Muamalat Indoensia Kendari Branch with a qualititave - descriptive research method. Collecting data using interview techniques, observation and documentation. Data analysis using data editing techniques, data reduction, and data decryption and drawing conclusions. The results showed that the marketing strategy of Bank Muamalat Indonesia Kendari Branch is to use the concept of a marketing mix, namely the 4P (Product, Price, Place, Promotion) in marketing Hajj savings producs. The promotion that is most often carried out by Bank Muamalat Indonesia, Kendari Branch is by distributing brochures and providing explanations to customers or prospective customers about hajj savings products. The results of the study using the SWOT matrix indicate that PT. Bank Muamalat Indonesia Kendari Branch has strengths consisting of : a good corporate image, IB Hijrah Haji savings products are more secure and have attractive features, attractive promotional strategies, and free administration fees. the Weaknesses of the IB Hijrah Haji savings are lack of marketing human resources, lack of socialization to the public, still lack of number of ATMs, and collaboration with channeling only for certain products. IB Hijrah haji savings opportunities are: Bank Muamalat is the first islamic bank in indonesia, a majority muslim, strategi location. While the threat of IB Hijrah Haji savings is ; product competition is getting tighter, the more incessant promotion of competitor islamic banks, increasingly long haj pilgrimage.

*keywords : Markering strategy, IB Hijrah Haji savings, Bank Muamalat Indonesia and SWOT analysis*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	i
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	iii
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	v
<b>ABSTRAK .....</b>	viii
<b>DAFTAR ISI.....</b>	x
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	xii
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xiii



<b>BAB 1 .....</b>	i
<b>PENDAHULUAN.....</b>	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	4
1.3 Rumusan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Definisi Oprasional.....	6
<b>BAB II .....</b>	8
<b>KAJIAN PUSTAKA .....</b>	8
2.1 Kajian Relevan .....	8
2.2 Produk Perbankan Syariah .....	11
2.2.1 Penghimpunan Dana.....	11
2.2.2 Penyaluran Dana.....	14
2.3 Strategi Pemasaran .....	19
2.3.1 Pengertian Strategi Pemasaran .....	19
2.3.2 Macam – Macam Strategi Pemasaran.....	22
2.3.3 Bauran Pemasaran.....	28
2.3.4 Tujuan Pemasaran .....	31

2.4 Analisis SWOT.....	32
2.4.1 Pengertian Analisis SWOT .....	32
2.4.2 Tujuan Analisis SWOT .....	37
2.4.3 Manfaat Analisis SWOT .....	38
2.4.4 Penerapan Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran .....	39
2.4.5 Matriks SWOT.....	38
2.5 Kerangka .....	42
<b>BAB III.....</b>	<b>44</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	44
3.2 Metode Penelitian.....	44
3.3 Pendekatan Penelitian.....	45
3.4 Waktu dan Tempat Penelitian .....	46
1. Waktu penelitian .....	46
2. Tempat Penelitian .....	46
3.5 Data dan sumber Data .....	46
1. Data Primer.....	46
2. Data Sekunder .....	47
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.7 Metode Analisis Data .....	48
3.8 Pengecekan Keabsahan Data.....	49
<b>BAB IV .....</b>	<b>51</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	51
4.1.1 Sejarah Berdirinya PT. Bank Muamalat Indonesia KC. Kendari .....	51
4.1.2 Visi dan Misi PT. Bank Muamalat Indonesia.....	53
4.1.3 Produk – Produk Bank Muamalat Indonesia .....	55
4.1.4 Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia KC.Kendari .....	54
4.2 Hasil Penelitian.....	60

4.2.1 Strategi pemasaran Produk Tabungan IB Hijrah Haji Bank Muamalat Indonesia KC. Kendari .....	60
4.2.1.1 Strategi Produk.....	61
4.2.1.2 Strategi Harga.....	63
4.2.1.3 Strategi Distribusi.....	65
4.2.1.4 Strategi Promosi.....	66
4.2.2 Penerapan Analisis SWOT dalam Strategi pemasaran Produk Tabungan IB Hijrah Haji Bank Muamalat Indonesia KC. Kendari .....	73
4.2.2.1 Kekuatan .....	73
4.2.2.2 Kelemahan.....	77
4.2.2.3 Peluang.....	80
4.2.2.4 Ancaman .....	82
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	94
4.3.1 Strategi Pemasaran Produk Tabungan IB Hijrah Haji.....	92
4.3.2 Penerapan Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan IB Hijrah Haji.....	94
<b>BAB V.....</b>	<b>100</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>100</b>
5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Saran.....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>102</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>100</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 4.1 Tarif Tabungan IB Hijrah Haji .....	54
Tabel 4.2 Jumlah Nasabah Tabungan IB Hijrah Haji.....	54
Tabel 4.3 Analisis SWOT Produk Tabungan IB Hijrah Haji Bank Muamalat Indonesia Cabang Kendari.....	74
Tabel 4.4 Matriks SWOT Produk Tabungan IB Hijrah Haji Bank Muamalat Indonesia Cabang Kendari.....	76



## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1 Jumlah Nasabah Tabungan IB Hijrah Haji.....	55
Gambar 4.2 Brosur Program Rezeki Haji Berkah.....	60
Gambar 4.3 Pemenang Umrah Gratis BMI Cabang Kendari.....	60
Gambar 4.4 Lokasi Bank Muamalat Cabnag Kendari.....	64
Gambar 4.5 Website Resmi Bank Muamalat Cabang Kendari.....	65
Gambar 4.6 Brosur Tabungan IB Hijrah Haji.....	65
Gambar 4.7 Sosialisasi Tabungan IB Hijrah Haji di Pengajian.....	66
Gambar 4.8 Sosialisasi Tabungan IB Hijrah haji di Kantor – Kantor .....	67

